érudit
www.erudit.org

Article

« Sécurité et information de l'usager d'un produit »

Pierre-G. Jobin

Les Cahiers de droit, vol. 13, n° 3, 1972, p. 453-457.

Pour citer cet article, utiliser l'information suivante :

URI: http://id.erudit.org/iderudit/1005040ar

DOI: 10.7202/1005040ar

Note : les règles d'écriture des références bibliographiques peuvent varier selon les différents domaines du savoir.

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter à l'URI https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche. *Érudit* offre des services d'édition numérique de documents scientifiques depuis 1998.

Pour communiquer avec les responsables d'Érudit : info@erudit.org

Document téléchargé le 16 novembre 2015 06:48

Chronique de jurisprudence

Pierre-G. JOBIN*

Sécurité et information de l'usager d'un produit

Trudel v. *Clairol Inc. of Canada*, [1972] C.A. 53 [1]

Le droit de la distribution de produits *(Products Liability)*, c'est-à-dire de biens mobiliers corporels, ne connaît sans doute pas d'obligation plus importante que celle de la sécurité des usagers. En réalité, cette obligation de sécurité a comme objet deux prestations. La première et la plus connue consiste à garantir le produit contre toute défectuosité dangereuse [2]; sous ce premier aspect, l'obligation de sécurité chevauche au moins en partie avec la garantie des vices [3]. La deuxième prestation consiste à informer les utilisateurs des dangers inhérents au produit distribué [4]; bien que moins remarqué, cet aspect est tout aussi réel, comme en témoigne l'arrêt *Trudel* v. *Clairol*.

* Professeur à la Faculté de Droit, Université Laval.

1. Confirmant (1969) 56 C.P.R. 179, j. Mayrand, Cour supérieure.

2. *Cohen* v. *Coca-Cola Ltd.*, [1967] R.C.S. 469, inf. [1966] B.R. 813 (explosion d'une bouteille contenant une boisson gazeuse); *Samson et Filion* v. *The Davie Shipbuilding and Repairing Co.*, [1925] R.C.S. 202, inf. 37 B.R. 451 (explosion de tuyaux à l'intérieur desquels se trouvait une substance explosive); *Goodyear Tire and Rubber Co. Ltd.* v. *Allison et autre*, [1960] B.R. 1074 (explosion d'un pneu); *Bélanger* v. *Coca-Cola Ltd.*, [1954] C.S. 128 (blessures subies par l'absorption d'un corps étranger, probablement un morceau de verre, se trouvant dans une bouteille de Coke; j. Boulanger); *dame Gagné* v. *Coca-Cola Ltd.*, [1953] C.S. 363 (intoxication due à la présence de saletés dans une bouteille de Coke; j. Ste-Marie). FARIBAULT, *De la vente*, 209-210; P.A. CRÉPEAU, *Le contenu obligationnel d'un contrat*, (1965) R. du B. Can. 1, à 8 et s.; S. HELLER, *Manufacturer's liability for defective products*, (1969) 15 McGill L.J. 142; L. BAUDOUIN, *Les aspects généraux du droit privé dans la Province de Québec*, Dalloz, 1967, 764-765.

3. *Goodyear Tire* v. *Allison*, précité; *Bélanger* v. *Coca-Cola*, précité. Comparer: CRÉPEAU, ouvrage cité, à 16-17.

4. *Ross* v. *Dunstall*, *Ross* v. *Emery*, (1921) 62 R.C.S. 393, conf. 29 B.R. 476 et 58 C.S. 123 (recul brutal de la culasse d'un fusil); *Gauvin* v. *Canada Foundries & Forgings Ltd.*, [1964] C.S. 160 (blessure causée par la lame rotative d'une tondeuse à gazon; j. Dorion); *Joyal* v.

Le fabricant de teinture capillaire *Clairol* utilise deux modes de distribution de son produit, le *Miss Clairol Hair Color Bath*. Les bouteilles destinées au public sont emballées séparément dans un carton portant, en plus des directives d'emploi, l'avertissement suivant:

> « Ce produit contient des ingrédients susceptibles de causer l'irritation de la peau de certaines personnes. Un examen basé sur les directions ci-données *(sic)* devrait être fait avant usage. Ce produit ne doit pas être utilisé pour teinter les cils et les sourcils, ce qui pourrait causer l'aveuglement ».

Le même produit est aussi distribué aux coiffeurs, dans des boîtes de six bouteilles marquées « pour usage professionnel seulement » et portant l'avertissement suivant:

> « *This product is sold for use only in professional beauty salons. The instructions accompanying this product are designed for professional hairdressers, and are not adequate for retail purchasers. Any sale of, or offer to sell this product to any persons other than professional beauty salons is absolutely prohibited. Any contravention of this warning is contrary to law and Canadian Statutes, and may result in prosecution, liability for damages, and other proceedings for inciting a breach of contract between Clairol and its authorized beauty jobbers* ».

Par un réseau de distribution, le fabricant dirige le produit emballé sous le premier mode vers des magasins de détail tels que les pharmacies; par un réseau parallèle, il dirige le produit emballé sous le second mode vers les salons de beauté, les écoles de coiffure et les coiffeurs professionnels. L'appelant *Trudel* est propriétaire d'une chaîne de magasins de détail; cette chaîne est parvenue à s'approvisionner de colorant destiné aux seuls professionnels, et elle l'a vendu au grand public, dans son emballage d'origine. Elle se serait approvisionnée auprès de quelques intermédiaires, considérés comme tiers indépendants dans ce litige. Ce procédé lui a permis de vendre à un prix de détail de 33% inférieur à celui du produit emballé pour la vente au consommateur. L'effort commercial expliquerait l'écart du prix de vente entre les deux emballages, au dire du fabricant, qui affirme dépenser plus d'un million de dollars par année pour la publicité auprès du grand public.

La réaction de *Clairol* vint sous forme de demande d'injonction interdisant à *Trudel* de vendre le *Miss Clairol* dans l'emballage destiné aux seuls professionnels; mais il restait au demandeur à trouver des arguments aussi pénétrants que ses produits. Il eut la bonne fortune de voir sa cause

---

American Propane Gas of Sherbrooke, [1962] C.S. 129 (explosion d'une chaufferette à gaz; j. Cliche).

CRÉPEAU, ouvrage cité, à 16-17; obs. A. Mayrand sur *Roa* v. *Dame Limoges*, [1963] B.R. 924, (1964) R. du B. 277, à 284-286; FARIBAULT, *De la vente*, 208-210, admet la possibilité de rattacher cette obligation à celle de sécurité, bien qu'il semble pencher en faveur de l'obligation de délivrance, sans toutefois prendre un parti définitif

entendue par un juge qui, à ses moments de loisir, avait donné, dans le monde juridique, un lustre inaltérable aux colorants capillaires.[5]

Clairol devait en effet convaincre le tribunal de son intérêt à obtenir l'injonction demandée. Aucune obligation contractuelle ne pouvait être invoquée, en raison de l'intervention des grossistes, tiers indépendants, qui écartait toutes possibilités de relations contractuelles entre les parties à la demande d'injonction. Par ailleurs, le procédé de *Trudel* a très probablement contribué à porter atteinte à l'image de marque de *Clairol*. Le tribunal de première instance a admis que la distribution dans le public du produit sous un emballage plus sobre, comme c'était le cas du colorant destiné aux professionnels, diminuait son prestige[6]. Il y a toutefois un autre motif qu'a simplement esquissé la Cour d'appel : il a en effet été prouvé que l'utilisateur profane, qui n'aurait pas lu l'avertissement porté sur l'emballage destiné au grand public, s'exposait à des résultats fâcheux, tels qu'une coloration autre que celle désirée, une coloration qui s'altère sous les rayons du soleil, et, ce qui est plus grave, une allergie au colorant. De tels résultats auraient certainement nui à la réputation du *Miss Clairol*. La perte de revenu, alléguée par *Clairol*, due à une concurrence déloyale portée à son réseau de distribution aux consommateurs, constituait un intérêt douteux : l'attaque sur ce terrain aurait dû être menée plutôt par les détaillants eux-mêmes.

En revanche, la Cour supérieure a vu une perte de revenu dans la baisse de la vente du produit destiné au grand public : le procédé de l'intimé, a-t-elle jugé, risquait de rendre inutiles les sommes considérables dépensées par *Clairol* dans son effort commercial. Mais si, par hypothèse, *Trudel* était parvenu à ravir toute la clientèle de *Clairol* sans engloutir des millions en publicité, cela aurait-il été vraiment un tort? Cet exploit aurait en tout cas donné raison aux défenseurs du consommateur, qui accusent les industriels de majorer leurs coûts sous le poids d'une publicité inutile, voire trompeuse. La Cour d'appel devait heureusement trouver un intérêt moins contestable au recours de *Clairol*.

En première instance, la responsabilité de *Trudel* a été reconnue pour une faute tirée de la théorie de l'opposabilité des contrats. Il avait été prouvé que *Trudel* connaissait la prohibition d'aliéner incluse dans les contrats de distribution intervenus entre *Clairol* et la plupart de ses représentants ; assez curieusement, il semble que les intermédiaires qui ont fourni *Trudel* n'avaient pas souscrit à cette prohibition d'aliéner. Quoi qu'il en soit, le juge Mayrand a décidé que même l'approvisionnement auprès d'un réseau parallèle de distribution plus ou moins toléré par *Clairol*, et non soumis à cette prohibition d'aliéner, faisait de ce détaillant un complice de la violation du contrat de distribution liant *Clairol* à la majorité des intermédiaires

5. A. Mayrand, ouvrage cité.

6. L'article 7 de la *Loi sur les marques de commerce*, S.R.C. 1970 ch. T-10, interdit toute pratique commerciale contraire aux « honnêtes usages commerciaux ou industriels » ; l'acte de l'intimé, diminuant le prestige du produit *Clairol*, tomberait sous le coup de cette disposition.

distribuant son produit. Cette complicité est placée sur le même pied que l'incitation directe à la violation d'un contrat [7].

Rare application d'une règle de toute première importance dans les relations d'affaires. Interprétation hardie, au surcroît. Il est malheureux que la Cour d'appel n'ait pas osé se prononcer sur ce point de droit. Elle a plutôt basé son jugement sur un motif que la Cour supérieure n'avait cependant pas ignoré. C'est l'obligation de sécurité.

La Cour a en effet disposé de l'appel en décidant que le procédé de *Trudel* constituait une entrave à l'exécution de l'obligation de *Clairol* d'informer tout utilisateur profane des dangers inhérents à l'utilisation de son produit. Cela implique que le requérant en injonction avait un intérêt suffisant, dû à la probabilité de condamnation à des dommages-intérêts envers des consommateurs ayant subi un préjudice du fait de l'absence d'avertissement sur les dangers du produit. On a jugé que cette entrave était une faute:

> « *It is... a wrongful act,* lit-on dans le résumé, *deliberately to frustrate the steps taken by respondent to safeguard the public, and at the same time, itself.* »

Par cette argumentation, la Cour d'appel reconnaît formellement que l'information est une prestation, objet de l'obligation de sécurité du fabricant. Règle d'une actualité incontestable, dont l'établissement date de 1921 [8], que les tribunaux ont pourtant peu d'occasions d'appliquer. L'intérêt de l'arrêt *Clairol* provient des précisions qu'il apporte sur le régime de cette obligation; car il est maintenant bien connu que la responsabilité du fabricant peut être engagée à ce titre sur le plan extra-contractuel aussi bien que sur le plan contractuel [9].

L'obligation d'information existe dès qu'il y a une probabilité raisonnable de mauvais usage du produit, si celui-ci vient à tomber entre les mains de personnes qui ne possèdent pas l'information suffisante pour son usage [10]. Cette condition d'existence doit cependant être nuancée: on a déjà décidé que si la particularité dangereuse du produit était ou devait être connue de l'utilisateur prudent et raisonnable, l'obligation d'information n'existait pas [11]. L'obligation prend encore naissance, à notre avis, quand la simple conservation du produit comporte quelque danger: tel est le cas du risque

---

7. Planiol et Ripert, *Traité de droit civil,* tome 6, 2e éd., par Paul Esmein, nº 590, p. 829-831; R. Savatier, *Traité de la responsabilité civile,* 2e éd., nº 145; Mazeaud et Tunc, *Traité de la responsabilité civile,* t. 1, 6e éd., nº 144; Marty et Raynaud, *Droit civil,* t. 2, vol. 1, nº 245, p. 224-225.
8. *Ross* v. *Dunstall,* précité.
9. En particulier *Ross* v. *Dunstall,* précité, les j. Duff, à 396, Anglin, à 399, Mignault (avec le concours du j. Davies), à 415; A. Mayrand, ouvrage cité, à 284-285; S. Heller, ouvrage cité, à 147.
10. Résumé de *Trudel* v. *Clairol,* à 55.
11. *Gauvin* v. *Canada Foundries,* précité; P.-A. Crépeau, ouvrage cité, à 17.

d'explosion à la chaleur. L'arrêt précise aussi l'étendue de l'obligation d'information :

> « *The manufacturer should take steps to ensure that his product shall not fall into the hands of the public without proper instructions for its use and a warning as to the dangers of misuse* ».

Il n'est donc pas suffisant de donner des directives ou un mode d'emploi : il faut encore donner un avertissement à l'utilisateur. En précisant la nature de l'information à laquelle le consommateur a droit, la jurisprudence emboîte le pas derrière l'administration publique, qui réglemente avec minutie le libellé de l'emballage de certains produits [12]. Enfin, l'expression « *should take steps* » indique clairement que l'obligation en est une de moyens, ce qui est conforme à l'enseignement de la doctrine [13].

12. Par exemple, le *Règlement* du 3 mars 1970 *sur les produits dangereux (substances dangereuses)* adopté en vertu de la *Loi sur les produits dangereux*, S.R.C. 1970, ch. H-3, rend obligatoires l'avertissement sur la nature et sur le degré du risque ou danger du produit au moyen de signes et de mots conventionnels, de même que l'énoncé des précautions à prendre, des premiers soins, et les modes d'emploi et de conservation appropriés et sûrs.

13. A. Mayrand, ouvrage cité, à 286.